

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**  
**FACULDADE DE DIREITO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO**

**Renata Pozzi Kretzmann**

**O dever de informar do fornecedor e a eficácia jurídica da informação nas  
relações de consumo: precisões conceituais**

**PORTO ALEGRE**  
**2018**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

**FACULDADE DE DIREITO**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO**

**MESTRADO**

**Renata Pozzi Kretzmann**

**O dever de informar do fornecedor e a eficácia jurídica da informação nas  
relações de consumo: precisões conceituais**

Dissertação apresentada ao Programa  
de Pós-Graduação da Faculdade de  
Direito da Universidade Federal do Rio  
Grande do Sul como requisito parcial  
para a obtenção do grau de Mestre.

**Professor Orientador: Dr. Bruno  
Miragem**

**PORTO ALEGRE**

**2018**

*Ao Lucas, meu maior incentivador, capaz de compreender todas as renúncias que acompanham as escolhas que juntos realizamos em nossa jornada. Sem ele, a vida seria mera passagem de tempo.*

## AGRADECIMENTOS

Aos meus pais.

À minha irmã, pela inspiração e pelos aprendizados sobre o mundo acadêmico e sobre todos os outros mundos.

Às funcionárias da secretaria da pós-graduação, em especial as sempre solícitas Denise, Rose e Danielle.

Ao bibliotecário da Faculdade de Direito da UFRGS, Emerson Neves, pelas explicações sobre a formatação do trabalho.

Aos colegas do grupo de pesquisa *Direito Privado e Acesso ao Mercado* que de várias formas contribuíram para a realização dessa dissertação.

Aos amigos Luiza Linhares Moreira Petersen, Ana Lúcia Badia e Roberto Oleiro Soares pelo constante apoio e incentivo.

Aos colegas e diretores da editora jurídica myLex, em especial ao colega e amigo Diego Almeida, pela paciência e pela compreensão.

A todos os professores do curso de Pós-Graduação da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Aos professores Dra. Claudia Lima Marques e Dr. Adalberto Pasqualotto pelas gentis e indispensáveis críticas e sugestões realizadas na minha banca de qualificação, as quais foram essenciais para a construção e para o aprimoramento desse trabalho.

E, especialmente, ao meu querido professor orientador, Dr. Bruno Miragem, que desde o início da minha jornada na UFRGS me acolheu em seu grupo de pesquisa e me possibilitou uma frutífera experiência de aprendizado e amadurecimento pessoal e intelectual. O professor Bruno é um brilhante mestre e escritor, grande exemplo para todos os seus alunos. Sinto-me imensamente grata pelo privilégio de tê-lo como insigne orientador e também pela confiança em mim depositada.

## RESUMO

O dever de informar é multifacetado: é ao mesmo tempo direito e dever e permeia todo o sistema protetivo do Código de Defesa do Consumidor, irradiando seus efeitos desde a fase pré-contratual da relação de consumo. Trata-se de dever que encontra fundamento na boa-fé, baseando-se na necessidade de tutela das legítimas expectativas do consumidor. O presente estudo objetiva a análise das características e correlações do dever de informar do fornecedor nas relações de consumo e as consequências de sua violação, como a não obrigatoriedade do conteúdo contratual desconhecido, o cumprimento forçado da oferta e a responsabilidade por vício e defeito de informação.

**Palavras-chave:** Direito do Consumidor. Dever de informar do fornecedor. Direito à informação do consumidor. Vício de informação. Defeito de informação.



## **ABSTRACT**

The duty to inform is multifaceted: it is at the same time right and duty and pervades the entire protective system of the Consumer Protection Code, radiating its effects since the pre-negotiation phase of the consumption relation. It arises from the good faith principle, the contractual trust and it is based on the need to safeguard the legitimate expectations of the consumer. The present study aims to address the characteristics and correlations of the supplier's duty to inform in consumer relations and the consequences of its violation, such as the non-compulsory contractual unknown content, the forced fulfillment of the offer and the liability for damages caused by lack or defect of information.

**Keywords:** Consumer Law. Duty to inform. Consumer's right to be informed.

## SÚMARIO

<b><u>1 INTRODUÇÃO</u></b>	9
<b><u>2 A INFORMAÇÃO NO DIREITO DO CONSUMIDOR</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.1 DEFINIÇÃO JURÍDICA DA INFORMAÇÃO</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.1.1 Conceito de informação</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.1.2 Informação como instrumento de obtenção de equilíbrio</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.1.3 Vulnerabilidade informacional do consumidor</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.2 INFORMAÇÃO COMO DIREITO DO CONSUMIDOR</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.2.1 Direito básico à informação</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.2.2 Características e adequação da informação</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.2.3 Direito de escolha do consumidor</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.3 O DEVER DE INFORMAR DO FORNECEDOR</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.3.1 O fundamento na boa-fé e a tutela da confiança</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.3.2 Dever de informar sobre os riscos</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.3.3 Deveres específicos de informação</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.3.3.1 Serviços de concessão de crédito e financiamento</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>2.3.3.2 Informações no contrato eletrônico de consumo</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3 EFICÁCIA JURÍDICA DO DEVER DE INFORMAR</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3.1 DEVER DE INFORMAR SOBRE O CONTEÚDO DO CONTRATO</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3.1.1 Dever de informar no âmbito da oferta</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3.1.2 Informação pré-contratual e orçamento</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3.1.3 Relevância da informação na hermenêutica contratual</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3.2 EFICÁCIA VINCULATIVA DA INFORMAÇÃO</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3.2.1 Eficácia vinculativa da oferta</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3.2.2 Eficácia vinculativa da publicidade</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3.3 REPERCUSSÕES DA VIOLAÇÃO DO DEVER DE INFORMAR</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3.3.1 Não obrigatoriedade do conteúdo contratual desconhecido</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3.3.2 Consequências da violação da oferta</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3.3.3 Falha na informação sobre uso: vício de informação</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>3.3.4 Falha na informação sobre riscos: defeito de informação</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</u></b>	Erro! Indicador não definido.
<b><u>REFERÊNCIAS</u></b>	Erro! Indicador não definido.



## 1 INTRODUÇÃO

O direito do consumidor é disciplina jurídica autônoma que materializa o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado. É por intermédio de suas normas protetivas que certas vantagens e prerrogativas são garantidas ao contratante mais fraco, o novo sujeito de direitos da sociedade de informação.<sup>1</sup>

Esse sistema protetivo estrutura-se de modo transversal nas diversas disciplinas jurídicas que permeiam a regulação das relações de consumo. E no âmago dessa engrenagem estão os direitos básicos do consumidor, de caráter fundamental e de origem constitucional, entre os quais se destaca o direito à informação. O destaque dá-se em virtude da multidisciplinariedade desse direito e da irradiação de seus efeitos para todas as etapas da relação consumerista.

Informar é comunicar, é tornar comum aquilo que era sabido apenas por um, é compartilhar de boa-fé e cooperar com o outro. Informação é ao mesmo tempo um estado subjetivo, um processo interativo de comunicação, um conteúdo e um direito ao qual corresponde um dever altamente valorado na atual e complexa sociedade<sup>2</sup>, que por um lado aproxima consumidor e fornecedor, mas também os afasta quando à parte vulnerável não são fornecidas as devidas informações sobre todos os pontos necessários para uma contratação justa e equilibrada, que satisfaça os dois polos.

Este trabalho versa sobre o dever de informar do fornecedor e a eficácia jurídica da informação nas relações de consumo. O tema foi escolhido em razão de sua importância, de sua permanente atualidade e de sua abrangência. Trata-se de assunto que sobrevém todo o direito do consumidor, relacionando-se com clássicos institutos, como a boa-fé e a confiança, e guardando estreita relação com o próprio futuro das relações de consumo porquanto a imprescindibilidade do fornecimento de informações cresce no mesmo ritmo do aumento da complexidade e da quantidade de relações entre

---

<sup>1</sup> MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 207.

<sup>2</sup> MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014. p. 841-842.

fornecedores e consumidores, realizadas pelas mais variadas formas, abrangendo produtos e principalmente serviços cada vez mais modernos e tecnológicos.

O tema foi estudado e organizado em duas partes. A primeira traz o conceito jurídico e a contextualização da informação como direito e como dever nas relações de consumo. São analisadas as origens, os fundamentos e as características que a informação deve ter para que a vulnerabilidade informacional seja diminuída e o equilíbrio efetivamente alcançado. O dever de informar nos contratos de concessão de crédito e naqueles realizados em ambiente virtual também são investigados nesse primeiro capítulo e destacam-se por suas peculiaridades.

Na segunda parte da pesquisa é abordada a eficácia jurídica do dever de informar, considerando-se as diversas fases da relação em que a informação deve ser divulgada e a relevância de sua ocorrência para a interpretação dos negócios. É estudado o direito à informação no contexto do orçamento, da oferta e da publicidade. Examina-se também a eficácia vinculativa da informação e as repercussões da violação do dever de informar, momento no qual são apurados os conceitos e os elementos distintivos do vício e do defeito de informação.

A revisão bibliográfica sobre o assunto foi realizada juntamente com uma pesquisa jurisprudencial com o intuito de identificar exemplos da aplicabilidade das normas acerca do dever de informar e seus temas correlatos nos tribunais brasileiros, em especial no Superior Tribunal de Justiça.

Pretende-se, com o estudo, demonstrar as diversas faces desse direito basilar entremeado nas inúmeras relações de consumo e suas inferências, considerando-se a importância de sua origem e sua corriqueira incidência no dia a dia dos tribunais e no cotidiano dos consumidores.